

## **ABSTRACT**

*In this modernworld, consumers are getting easy to get various information and have so many options. This study aims to analyze and determine the influence of lifestyle, product quality and price on purchasing decisions. Respondents in this study were Nokia mobile phone users, with a sample of 100 respondents, the observation period conducted in 2018. The type of data used in this study is the primary data. The research method in this research is quantitative, while the analysis technique used in this research is multiple linier regression analysis method. The instrument used in this study is a questionnaire distributed to Nokia mobile phone users in WTC Surabaya shopping center. The result of the research by using t test shows that lifestyle, product quality and price have a significant and positive effect to purchasing decision. These results indicate that the better the quality of the product and the price provided with the supportive lifestyles that support so as to improve purchasing decisions.*

*Keywords: lifestyle, product quality, price, purchase decision*



## ABSTRAK

Semakin berkembangnya jaman, konsumen semakin mudah untuk mendapatkan berbagai informasi dan memiliki begitu banyak pilihan. Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis dan mengetahui pengaruh gaya hidup, kualitas produk dan harga terhadap keputusan pembelian. Responden dalam penelitian ini adalah para pengguna *handphone* Nokia, dengan sampel sebesar 100 responden, periode pengamatan yang dilakukan pada tahun 2018. Jenis data yang digunakan dalam penelitian ini adalah data primer. Metode penelitian dalam penelitian ini yaitu kuantitatif, sedangkan teknik analisa yang digunakan dalam penelitian ini adalah metode analisis regresi linier berganda. Instrumen yang digunakan dalam penelitian ini berbentuk kuesioner yang disebarakan kepada pengguna *handphone* Nokia di pusat perbelanjaan WTC Surabaya. Hasil dari penelitian dengan menggunakan Uji t menunjukkan bahwa gaya hidup, kualitas produk dan harga berpengaruh signifikan dan positif terhadap keputusan pembelian. Hasil ini mengindikasikan bahwa semakin baik kualitas produk dan harga yang diberikan dengan ditunjang gaya hidup yang mendukung sehingga dapat meningkatkan keputusan pembelian.

Kata Kunci : gaya hidup, kualitas produk, harga, keputusan pembelian.

